# ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“STRATEGI SOCIAL MEDIA *MARKETING* PADAMARYJANE” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Penjualan FashionMelalui @mrjnstore)**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang komunikasi pemasaran, sehingga membahas bagaimana komunikasi mempengaruhi pemasaran dan apa pentingnya atau hubungan antara keduanya, komunikasi yang baik memudahkan pemasaran. Menerapkan strategi komunikasi dalam pemasaran dapat menarik minat konsumen, yang akan memberikan efek positif bagi bisnis, seperti meningkatkan citra perusahaan dan menciptakan citra yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sebuah brand menjual produknya melalui jejaring sosial *Instagram*. Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk menggambarkan situasi atau fakta yang terjadi dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep AISAS dimana orang yang tidak tahu menjadi tahu, tahu menjadi tertarik, tertarik menjadi mencari, mencari menjadi membeli, membeli menjadi berbagi. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka dengan tujuan menjangkau informan (responden) yang terlibat dalam penelitian kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara ini, yang dilakukan MRJN menjual produknya melalui jejaring sosial *Instagramnya*, 1) Strategi komunikasi pemasaran melalui *attention*, MRJN menggunakan berbagai macam strategi dari memposting konten, konten tersebut dibuat untuk mengambil perhatian konsumen. 2) Strategi komunikasi pemasaran melalui *intererst*, MRJN menggunakan strategi seperti memberikan diskon, voucher atau memberikan hadiah (giveaway) yang dilakukan oleh *crew*. 3) Strategi komunikasi pemasaran melalui *search*, MRJN berusaha dengan memberikan informasi lengkap dengan memanfaatkan fitur Instagram *Ads.* 4) Strategi komunikasi pemasaran melalui *action*, MRJN tentunya berusaha memberikan yang terbaik untuk semua konsumennya agar memiliki pengalaman yang baik dan menyenangkan. 5) Strategi komunikasi pemasaran melalui *share*, MRJN memberikan diskon untuk konsumen dan membagikan pengalamannya. Dengan demikian agar tercipta keberhasilan dari sebuah konten, kita harus mengerti terlebih dahulu *audienc*e, pesan yang ingin disampaikan dan memilih *channel* yang tepat.

# ABSTRACT

*This research is entitled* ***"SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY ON MARYJANE"*** *(Qualitative Descriptive Study on Fashion Sales Through @mrjnstore). The purpose of this study is to find out about marketing communication, so it discusses how communication affects marketing and what is the importance or relationship between the two, good communication makes marketing easier. Applying communication strategies in marketing can attract consumer interest, which will have a positive effect on business, such as improving the company's image and creating a good image.*

*This research aims to find out how a brand sells its products through the Instagram social network. Researchers use qualitative methods to describe the situation or facts that occur in a study. In this study, researchers used the AISAS concept where people who don't know become aware, know become interested, interested become looking, looking becomes buying, buying becomes sharing. This research data was obtained through interviews, observations and literature studies with the aim of reaching informants (respondents) involved in qualitative research.*

*Based on the results of research conducted by researchers through this interview, what MRJN does to sell its products through its Instagram social network, 1) Marketing communication strategy through attention, MRJN uses a variety of strategies from posting content, the content is made to grab consumer attention. 2) Marketing communication strategies through interst, MRJN uses strategies such as providing discounts, vouchers or giving gifts (giveaways) carried out by the crew. 3) Marketing communication strategy through search, MRJN tries to provide complete information by utilizing the Instagram Ads feature... 4) Marketing communication strategy through action, MRJN certainly tries to provide the best for all its consumers to have a good and pleasant experience. 5) Marketing communication strategy through share, MRJN provides discounts for consumers and shares their experiences. Thus, in order to create the success of a content, we must first understand the audience, the message to be conveyed and choose the right channel.*

# RINGKESAN

*Ieu panalungtikan dijudulan “STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL MEREK MARYJANE (Studi Deskriptif Kualitatif Penjualan Pantun Ngaliwatan @mrjnstore)”. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho ngeunaan komunikasi pamasaran, ku kituna ngabahas kumaha pangaruh komunikasi pamasaran jeung naon pentingna atawa hubungan antara éta dua, komunikasi anu saé ngajantenkeun pamasaran langkung gampang. Nerapkeun stratégi komunikasi dina pamasaran bisa narik minat konsumen, anu bakal boga pangaruh positif kana bisnis, kayaning ngaronjatkeun citra parusahaan jeung nyieun hiji gambar alus.*

*Panalungtikan ieu boga tujuan pikeun nganalisis kumaha hiji merek ngajual produkna ngaliwatan jaringan sosial Instagram. Panalungtik ngagunakeun métode kualitatif pikeun ngadéskripsikeun kaayaan atawa fakta anu lumangsung dina hiji panalungtikan. Dina ieu panalungtikan, panalungtik ngagunakeun konsép AISAS dimana jalma nu teu nyaho jadi nyaho, nyaho jadi kataji, kataji jadi néangan, néangan jadi meuli, meuli jadi babagi. Data ieu panalungtikan dimeunangkeun ngaliwatan wawancara, observasi jeung studi pustaka kalawan tujuan pikeun ngahontal informan (réspondén) anu kalibet dina panalungtikan kualitatif.*

*Dumasar kana hasil panalungtikan anu dilakukeun ku panalungtik ngaliwatan wawancara, MRJN ngajual produkna ngaliwatan jejaring sosial Instagram-na, 1) Stratégi komunikasi pamasaran ngaliwatan perhatian, MRJN ngagunakeun rupa-rupa stratégi tina postingan eusi, eusina dijieun pikeun narik perhatian konsumen. 2) Stratégi komunikasi pamasaran ngaliwatan minat, MRJN ngagunakeun stratégi saperti méré diskon, voucher atawa méré hadiah anu dilaksanakeun ku awak. 3) Strategi komunikasi pamasaran ngaliwatan panéangan, MRJN narékahan pikeun méré informasi nu lengkep ku cara ngamangpaatkeun fitur Iklan Instagram. 4) Stratégi komunikasi pamasaran ngaliwatan tindakan, MRJN tangtuna usaha méré nu panghadéna pikeun sakumna konsuménna sangkan miboga pangalaman anu hadé jeung pikaresepeun. 5) Strategi komunikasi pamasaran ngaliwatan saham, MRJN nyadiakeun diskon ka konsumén jeung babagi pangalaman maranéhanana. Ku kituna, dina raraga nyieun kasuksesan tina eusi, urang mimitina kudu ngarti panongton, pesen urang hayang nepikeun tur milih saluran katuhu.*